

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PERBAUNGAN**

SKRIPSI MINOR

Oleh:

KHOIRUL NISA BR PURBA
NIM. 54.15.4.142



PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018/1439 H

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PERBAUNGAN**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Pada Program D-III Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

KHOIRUL NISA BR PURBA
NIM. 54.15.4.142



PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2018/1439 H

LEMBAR PERSETUJUAN

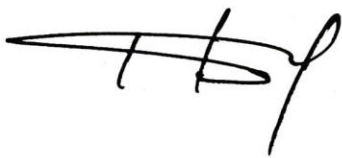
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN Pensiun pada
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PERBAUNGAN**

Oleh:

KHOIRUL NISA BR PURBA
NIM. 54.15.4.142

Menyetujui:

PEMBIMBING



Hendra Harmain, SE, M.Pd
NIP. 197305101998031003

KETUA PROGRAM STUDI
D-III PERBANKAN SYARIAH



Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 197808182007101001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul **STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN Pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan**, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 09 April 2018.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.


Medan, 16 April 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Minor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SU Medan

Ketua



Yusrizal, SE, M.Si
NIP. 19750522 200901 1 006

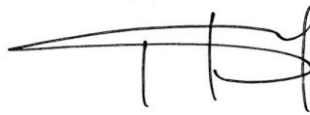
Sekretaris



Fauzi Arif Lubis, SE, MA
NIP. 19841224 201503 1 004

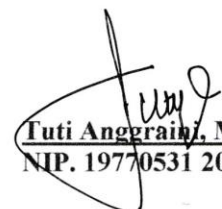
Anggota,

Penguji I



Hendra Harmain, SE, M.Pd
NIP. 19730510 199803 1 003

Penguji II



Tuti Anggraini, MA
NIP. 19770531 200501 2 007

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN Sumatera Utara



Dr. Andri Semitra, MA
NIP. 19690907 200604 1 002

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk:

Ibu dan Ayahku tercinta dan tersayang.

Doa tulus kepadaku terus kalian ucapkan seperti air yang tak pernah

Berhenti dan terus mengalir, pengorbanan, motivasi, kesabaran, ketabahan, dan tetes air matamu yang terlalu mustahil untuk aku nilai dengan rupiah.

Walaupun jauh, engkau sebaik-baiknya panutan meski tidak selalu sempurna.

Teruntuk Abang-Abangku tersayang “ARI EEN PURBA, HERI PURWANTO
PURBA S.KOM, DAN PERI PURWANTO”

Meskipun dari kejauhan dukungan, doa, kasih sayang, materi dan perhatian yang kalian berikan kepadaku begitu besar.

Maafkan jika aku belum bisa menjadi wanita yang tangguh seperti yang kalian harapkan.

Kalian akan selalu jadi yang terbaik dalam hidupku.

Terima kasih untuk semua yang kalian berikan padaku.

IKHTISAR

Dalam usaha penyaluran pembiayaan setiap lembaga keuangan tidak mungkin lepas dari strategi pemasaran pembiayaan. Dalam hal ini penulis ingin mengungkapkan bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan dan apa saja hambatan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pengumpulan data dengan cara wawancara kepada karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan, observasi secara langsung terhadap objek tertentu yang menjadi titik penelitian, serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi pembiayaan produk pensiun.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan karunianya berupa kesehatan, kesempatan dan kemampuan bagi penulis. Sesungguhnya, hanya karena kemurahanNya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi minor ini. Tak lupa shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga, dan umatnya. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini terdapat banyak kendala dan hambatan yang menghalang langkah penulis untuk menyelesaikan skripsi minor ini. Namun berkat doa, bimbingan, arahan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Skripsi minor ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma III jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PERBAUNGAN”**.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung atas selesainya skripsi minor ini dan dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta atas segala curahan kasih sayang, dukungan, materi dan doa yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih telah membesarkan, mendidik, dan membimbing penulis hingga seperti ini, pengorbanan kalian tidak akan dapat dinilai dengan apapun.
2. Kepada Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
3. Kepada bapak Zuhri M. Nawawi MA selaku ketua jurusan D-III Perbankan Syariah, yang selama ini telah membimbing dan menjadi panutan bagi seluruh mahasiswa/i D-III Perbankan Syariah.
4. Kepada Bapak Hendra Harmain, SE, M.Pd selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan menyempatkan waktunya untuk membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi minor ini dengan baik.
5. Kepada seluruh karyawan BSM Cabang Perbaungan yang telah menerima kehadiran penulis diruang kerja untuk melakukan praktik magang.
6. Kepada seluruh Bapak/Ibu dosen yang mengajarkan banyak ilmu selama perkuliahan dan memberi dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi minor ini.
7. Kepada Abang-Abangku tercinta terima kasih untuk semua dukungan doa yang selalu kalian panjatkan untukku, dan terima kasih untuk transferan gaib setiap bulannya, hehehe. Walaupun jauh tapi aku sayang kalian bertiga. Maafkan aku jika belum bisa menjadi wanita dewasa seperti yang kalian inginkan.

8. Kepada teman-teman seperjuangan satu kelas di D-III Perbankan Syariah C yang selalu melahirkan banyak tawa dan senyuman disetiap pertemuan. Terima kasih, semoga kita bisa sukses bareng-bareng ya guys.
9. Kepada orang terkasih Askolani Nst yang selalu sabar dan tak pernah lelah untuk memberikan semangat serta mendengarkan curahan hati penulis, Terima kasih banyak, semoga hal tersebut juga berlaku untuk dimasa yang akan datang.
10. Kepada para teman terdekat penulis, yaitu: Leni Mastura, Mega Furi Handayani, Arista Oktiana, Tina, Mahdalena Manalu, Ira, Wulan dan adik-adik kost yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih penulis ucapkan untuk setiap tawa yang berhasil kalian ciptakan untukku.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan baik dalam hal penulisan, pembahasan, susunan laporan, tata bahasa maupun materi yang disajikan. Oleh karena itu penulis akan selalu menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini agar dapat lebih bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya. Atas dukungannya penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, 16 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
IKHTISAR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Metode Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Pengertian Perbankan Syariah.....	11
B. Strategi Pemasaran.....	13
C. Pembiayaan.....	16
D. Pensiun	21
E. Pembiayaan Pensiun.....	25
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	27

A. Sejarah PT. Bank Mandiri Syariah.....	27
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	29
C. Logo Perusahaan.....	30
D. Nilai-Nilai Perusahaan.....	32
E. Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	34
F. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
G. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	36
H. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri.....	39
I. Lokasi Perusahaan.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
A. Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.....	47
B. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.....	48
C. Hambatan yang di Hadapi Dalam Pemasaran Produk Pembiayan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.....	55
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi suatu negara secara keseluruhan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan perbankan di negara yang bersangkutan. Sebab industri perbankan yang maju merupakan sumber pendanaan pembangunan jangka panjang yang stabil. Perbankan merupakan unsur yang memegang peran sangat penting dalam sistem keuangan dan perekonomian suatu negara.¹

Pada masa sekarang ini, banyak sekali permasalahan ekonomi yang menjadi kendala dalam berbagai kegiatan masyarakat, berbagai macam kebutuhan masyarakat selalu dan terus meningkat. Sementara kemampuan untuk mencapai suatu yang diinginkan sangat terbatas. Sehingga terjadi kesenjangan antara kemampuan dan keinginan untuk mencapai suatu yang diinginkan. Mengingat pentingnya kebutuhan tersebut, maka bank menjadi salah satu lembaga untuk membantu permasalahan masyarakat yang ada. Dalam hal ini bank tidak hanya mempunyai fungsi sebagai lembaga yang menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, tetapi sebagai lembaga intermediasi antara anggota masyarakat yang kelebihan dana dengan anggota masyarakat yang memerlukan atau kekurangan dana.

¹ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007) H 6.

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang dimaksud dengan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan unit usaha syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Pembiayaan di bank syariah, pada dasarnya merupakan seluruh kesepakatan bank dengan nasabah yang memerlukan dana untuk membiayai kegiatan atau aktivitas tertentu sesuai akad yang telah disepakati. Akan tetapi bank syariah mengimplementasikan pembiayaan bebas dari yang namanya riba. Pembiayaan bank syariah tidak menggunakan mekanisme bunga, melainkan menggunakan skema murabahah (akad jual beli), mudharabah (bagi hasil), musyarakah (penanaman modal/investasi), ijarah/IMBT (akad sewa/sewa beli), salam/istishna (akad jual beli sewa dengan penyerahan barang dibelakang) dan qard (pinjaman).³

Pensiun merupakan masa seseorang berhenti bekerja dan mendapatkan penghasilan. Sebagian besar orang yang masih berusia produktif kurang menyadari sumber pendanaan yang akan didapatkan diusia pensiun, bahkan banyak yang tidak peduli dengan sumber pendanaan diusia pensiun. Padahal ketidakpedulian tersebut dapat meningkatkan risiko kesulitan dana yang akan

² Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) H 8.

³ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014) H 202.

terjadi di usia pensiun. Masyarakat hendaknya sejak dini memulai untuk menyisihkan sebagian uang dari penghasilannya atau biasa dikenal dengan istilah menabung.

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dikelompokkan menjadi 3 yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, dan produk jasa. Produk penyaluran dana atau pembiayaan (*financing*) merupakan istilah yang dipergunakan dalam bank syariah, sebagaimana dalam bank konvensional disebut dengan kredit (*lending*). Dalam bank konvensional kredit keuntungannya berbasis bunga (*interest based*), sedangkan dalam pembiayaan (*financing*) berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) ataupun bagi hasil (*profit sharing*).⁴

Bank Syariah Mandiri mempunyai berbagai macam produk baik menghimpun dana dan penyaluran dana. Produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri yaitu produk *funding* yaitu seperti tabungan, deposito dan giro, dan produk *financing* berupa pembiayaan konsumen (pembiayaan pensiunan, pembiayaan otto, pembiayaan implan dan pembiayaan kepemilikan rumah) serta pembiayaan warung mikro. Dalam program *financing* atau pembiayaan, salah satu produk pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri adalah pembiayaan pensiun yang merupakan pembiayaan konsumtif yang hanya

⁴ Ahamad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012) H 162.

diberikan kepada para pensiun yang berasal dari lingkungan pesiun karyawan, (PNS, BUMN atau BUMD) atau janda pensiun.⁵

Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang mempunyai resiko pembiayaan yang kecil, karena pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri didasari oleh perjanjian kerjasama antara pihak Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pengelola dana pensiun seperti PT Taspen maupun dana pensiun lainnya dan mempunyai landasan hukum berupa Surat Persetujuan Bank Indonesia No. 10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 tentang Produk Pembiayaan kepada Pensiunan, yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji (manfaat pensiun) yang diterima oleh pensiun setiap bulannya.

Tujuan diadakannya program pembiayaan pensiun adalah untuk memberikan manfaat pasti bagi perorangan maupun karyawan atau pekerja, membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dihari tua dan membantu memenuhi kebutuhan para pensiun yang kekurangan atau membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya, seperti diketahui para pegawai negeri yang telah memasuki masa pensiun memiliki pendapatan yang relatif kecil dibandingkan saat pegawai tersebut masih aktif bekerja sebagai pegawai negeri sipil atau karyawan BUMN/BUMD. Oleh karena itu pembiayaan pensiun ini cukup diminati oleh para pensiunan.⁶

⁵ www.syariahamandiri.co.id, Diakses pada 8 Januari 2018

⁶ Rivai Veithzal, @All, *Manajemen Kelembagaan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo

Persada, 2013), H 237.

Pembiayaan Pensiun merupakan satu dari lima produk unggulan BSM yang dicanangkan sejak 2016. Selain pembiayaan pensiun BSM juga mencanangkan produk Tabungan dan Tabungan Mabrur, Pembiayaan gadai dan cicil emas, Pembiayaan griya, dan Pembiayaan Mikro. Hingga Desember 2016 jumlah pensiunan yang melakukan penyaluran pensiun melalui BSM sebesar 13.447 orang. Angka tersebut tumbuh 130 persen dari posisi tahun sebelumnya sebesar 5.854.

Peningkatan omset dan perkembangan pembiayaan pensiun BSM yang pesat tentunya menimbulkan persaingan yang semakin ketat pula antara pembiayaan pensiun dengan lembaga keuangan lainnya. Hal yang tak kalah penting adalah bagaimana manajemen pembiayaan pensiun BSM terus melakukan upaya memberikan kepuasan bagi nasabahnya dengan berbagai upaya yang dilakukan karena persaingan yang semakin ketat sangat mungkin bagi nasabah untuk berpindah ke lembaga keuangan lain yang lebih menguntungkan dan pelayanannya yang lebih memuaskan. Oleh karena itu pihak BSM akan terus melakukan perencanaan yang matang untuk lebih meningkatkan lagi nasabah pembiayaan pensiun, khususnya Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.

Tanpa adanya rencana, dimana waktu hanya digunakan secara kebetulan maka akan terjadilah kekacauan (victor Hugo). Perencanaan adalah memutuskan dan menetapkan tujuan yang akan dicapai dalam waktu tertentu serta memilih metode terbaik untuk mencapai tujuan tersebut dengan menggunakan sumber

daya yang ada dan kekuatan dari luar. Pemasaran strategi dibuat untuk jangka panjang biasanya lima tahun. Strategi pemasaran adalah usaha untuk mengarahkan dan menciptakan suatu standard tertentu dalam kehidupan masyarakat.⁷

Tujuan strategi pemasaran diantaranya adalah:

1. Peningkatan kualitas koordinasi dalam tim pemasaran
2. Mengukur hasil pemasaran berdasarkan standard prestasi yang berlaku
3. Memberikan dasar yang logis dalam setiap pengambilan keputusan
4. Mampu meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi jika ada perubahan-perubahan dalam pemasaran.

Selain fokus kepada strategi apa yang akan diterapkan pada produk pembiayaan pensiun, pihak BSM juga harus dapat mengantisipasi hambatan yang mungkin akan muncul dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat diketahui bahwa strategi pemasaran sangat diperlukan oleh suatu perusahaan, untuk menimbulkan perbedaan serta keunikan masing-masing produk, sehingga timbul ciri khas perusahaan dan kepuasan konsumen semakin meningkat. Hal tersebut juga dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk**

⁷ Vellas Francois, dkk, *Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), H 56-57.

Pembiayaan Pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan beberapa permasalahan yang nantinya akan dikaji serta dilakukan pembahasan yang lebih mendalam lagi agar mendapat penjelasan yang lebih benar lagi. Adapun rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan?
2. Apa saja hambatan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan
2. Untuk mengetahui hambatan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini digunakan bagi kalangan intelektual, pelajar, praktisi akademis dan masyarakat umum yang ingin mengetahui tentang strategi pembiayaan produk pensiun dan hambatan-hambatan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri itu sendiri.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi lembaga keuangan syariah atau bank lain hasil penelitian dapat bermanfaat dalam melakukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif.
- b. Bagi penulis hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dan hambatan-hambatan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan.

D. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pada metode ini peneliti terjun langsung ke objek penelitian dengan cara melakukan observasi dan melakukan wawancara langsung pada pihak yang bertugas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan.

b. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai pemahaman yang lebih jelas tentang konsep-konsep yang dikaji.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah narasumber yang diberikan kewenangan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Sedangkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi minor ini dirancang secara sistematis yang terdiri dari 5 (lima) bab, dan masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Secara garis besar pembahasan skripsi minor ini adalah sebagai berikut.

Bab satu adalah pendahuluan dari skripsi minor ini. Pada bab satu ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab dua adalah landasan teori dari skripsi minor ini. Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan pemikiran terdahulu , dan pemikiran teoritis.

Bab tiga adalah profil perusahaan. Pada bab ini diuraikan tentang sejarah berdirinya perusahaan, visi, misi, tujuan, dan tugas dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan

Bab empat adalah hasil penelitian dan pembahasan dari skripsi minor ini. Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, data dan interpretasi hasil.

Bab lima adalah penutup dari skripsi minor ini. Pada bab ini diambil kesimpulan dari semua yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dan diberikan saran yang dirasakan perlu untuk perbaikan perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank secara bahasa diambil dari bahasa Itali, yakni banco yang mempunyai arti meja. Penggunaan istilah ini disebabkan dalam realita kesehariannya bahwa setiap proses dan transaksi sejak dahulu dan mungkin dimasa yang datang dilaksanakan diatas meja. Dalam bahasa arab, bank biasa disebut dengan mashrof yang berarti tempat berlangsung saling menukar harta, baik dengan cara mengambil ataupun menyimpan atau saling untuk melakukan muamalat.⁸

Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedang pengertian syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam.⁹

Menurut Karnaen Purwaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip – prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan – ketentuan syariah Islam. Salah satunya unsur

⁸A. Djazuli dan Yadli Yanuari, *Lembaga – lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: Rajawali Press, 2001), H 53

⁹C.S. T Kamsil, dkk, *Pokok – pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), cet Ke-1, H. 311-313

yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik – praktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan).¹⁰

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lau lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip – prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip – prinsip syariat Islam, mengacu kepada ketentuan – ketentuan yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan – kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

Adapun perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedangkan bank konvensional memakai sistem bunga. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan sangat berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah lebih menekankan sistem kerja serta *partnership*, kebersamaan terutama kesiapan semua pihak untuk berbagai termasuk dalam hal – hal keuntungan dan kerugian.

Kehadiran bank syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap kehadiran sistem ekonomi Islam yang menjadi keinginan bagi setiap negara Islam. Kehadiran bank syariah juga diharapkan dapat memberikan alternatif bagi

¹⁰Muhammad Firdaus NH, dkk, *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), H. 18

masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini di dominasi oleh sistem bunga.

B. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos=militer, dan ag=memimpin*) yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan pertempuran. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.¹¹ Strategi militer didasarkan pada pemahaman atau kekuatan dan penetapan posisi lawan dan karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumberdaya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Konsep strategi dalam militer sering kali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Semakin berkembangnya taktik (strategi) untuk

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, cetakan Ke 2 (Yogyakarta: CV Andi, 2000), H. 3

memenangkan pasar bisnis, maka semakin banyak berkembang pula cara-cara untuk memasarkan produk yang diproduksi oleh setiap produsen.

Menurut **Stooner, Freeman dan Gilbert Jr**, konsep strategi dapat dibedakan menjadi dua perspektif yaitu:

1. Dari perspektif apa yang suatu organisasi lakukan (*intends to do*)
2. Dari perspektif apa akhirnya organisasi lakukan (*eventually does*).

Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya, maka yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar, dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Sedangkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Setiap organisasi tentunya memiliki strategi termasuk bidang pemasaran dalam bisnis perusahaan.

2. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran kerap kali diartikan dengan ‘penjualan’ dan ‘periklanan’. Padahal pengertian pemasaran lebih luas dibandingkan penjualan. Menurut **American Assosiation (1935)** pemasaran merupakan kinerja aktivitas bisnis yang mengatur aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran didefinisikan sebagai total aktivitas bisnis yang direncanakan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi (**Miller dan Layton, 2000**).

Definisi pemasaran semakin berkembang, ini terlihat banyaknya definisi baru tentang pemasaran. Menurut **Kotler, Brown, Adam Armstrong** pemasaran adalah upaya untuk mewujudkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan mendapatkan laba. Kemudian definisi pemasaran direvisi kembali oleh **American Marketing Association (2004)** menjadi:

“Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkonsumsi, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi para organisasi dan stakeholder-nya”, definisi AMA ini paling banyak diacu dimana-mana.¹²

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalani untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya. Terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.¹³

¹² Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), H. 1-5

¹³ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2009), H. 168-169

C. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil¹⁴. Besarnya jumlah pembiayaan yang disalurkan akan menentukan keuntungan bank. Jika bank tidak mampu menyalurkan pembiayaan, sementara dana yang terhimpun dari simpanan banyak, akan menyebabkan bank tersebut rugi. Oleh karena itu pengelola pembiayaan harus dilakukan sebaik-baiknya. Menurut sifat penggunaannya pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas yaitu untuk meningkatkan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi.
2. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.¹⁵

¹⁴ Zainal Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Azkia Publisser, 2006), H. 25

¹⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani. 2004), H. 160

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua hal berikut, yaitu:

1. Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan:
 - a. Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi.
 - b. Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
2. Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang modal (capital goods) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

Pada dasarnya pembiayaan bertujuan untuk membantu dan menolong masyarakat yang kekurangan dana dalam melaksanakan kegiatan usaha. Kegiatan tolong-menolong atas dasar kebaikan dan taqwa antar masyarakat disuruhkan oleh Al-Quran dan disunahkan oleh Rasulullah Saw. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: Dan, tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam (mengerjakan) dosa dan permusuhan. (QS-Al maidah: 2).

Secara umum dalam pemberian pembiayaan kepada nasabah pihak bank atau lembaga keuangan lainnya perlu memperhatikan prinsip-prinsip penilaian dalam pemberian pembiayaan antara lain:¹⁶

1. Character

Character ialah keadaan waktu atau sifat calon nasabah, baik dalam kehidupan pribadi maupun lingkungan usaha. Kegunaan dari penelitian terhadap karakter ini adalah mengetahui sampai sejauh mana iktikad/kemampuan nasabah untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.

Pemberian pembiayaan harus atas dasar kepercayaan, sedangkan yang mendasari suatu kepercayaan yaitu adanya keyakinan dari pihak bank bahwa calon nasabah mempunyai moral, watak, dan sifat-sifat pribadi yang positif dan kooperatif. Disamping itu, nasabah juga mempunyai rasa tanggung jawab, baik dalam kehidupan pribadi sebagai manusia, kehidupan sebagai anggota masyarakat maupun dalam menjalankan kegiatan usahanya.

2. Capital

Capital adalah jumlah dana atau modal sendiri yang dimiliki oleh calon nasabah. Semakin besar modal sendiri dalam perusahaan, semakin tinggi kesungguhan calon nasabah menjalankan usahanya dan bank akan merasa lebih yakin memberikan pembiayaan.

¹⁶ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung Pustaka Setia, 2013), H. 234

3. Capacity

Capacity ialah kemampuan yang dimiliki oleh calon nasabah dalam mengelola usahanya, yang dapat dilihat dari pengalaman mengelola usahanya, sejarah perusahaan yang pernah dikelola pernah mengalami masa sulit atau tidak, dan bagaimana mengatasi kesulitan tersebut. Capacity ini merupakan ukuran atau kemampuan dari nasabah dalam memenuhi kewajibannya.

4. Collateral

Collateral ialah barang yang diserahkan oleh nasabah pembiayaan/debitur sebagai agunan/jaminan terhadap pembiayaan yang diterimanya. Collateral harus dinilai untuk mengetahui sejauh mana resiko kewajiban debitur kepada bank. Penilaian terhadap agunan ini meliputi jenis, lokasi, bukti kepemilikan, dan status hukumnya.

5. Condition Of Economy

Condition Of Economy ialah situasi dan kondisi ekonomi yang dikaitkan dengan prospek usaha calon nasabah. Ada suatu usaha yang sangat tergantung dari kondisi perekonomian, oleh karena itu perlu mengaitkan kondisi ekonomi dengan usaha calon nasabah.

Perlunya kehati-hatian ini diperintahkan secara tegas dalam undang-undang nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Dalam pasal 23 disebutkan bahwa bank syariah dan/atau UUS harus mempunyai keyakinan atas kemauan dan kemampuan calon nasabah penerima fasilitas untuk melunasi

seluruh kewajiban pada waktunya, sebelum bank syariah dan/atau UUS menyalurkan dana kepada nasabah penerima fasilitas. Untuk memperoleh keyakinan sebagaimana yang dimaksud, bank syariah dan/atau UUS wajib melakukan penilaian yang seksama terhadap watak, kemampuan, modal, agunan, dan prospek usaha dari calon nasabah penerima fasilitas. Selain menggunakan instrumen 5C Principles, bank syariah juga diwajibkan melakukan penilaian terhadap kualitas Aktiva Produktif dalam bentuk pembiayaan yang dilakukan berdasarkan faktor-faktor antara lain: Prospek usaha, Kinerja (Performance) nasabah, dan kemampuan membayar.

2. Tujuan Pembiayaan

Secara perincian pembiayaan memiliki tujuan antara lain:

1. Pemilik

Dari sumber pendapatan, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut.

2. Pegawai

Para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya.

3. Masyarakat

a. Pemilik dana

Sebagaimana pemilik mereka mengharapkan dari dana yang diinvestasikan akan diperoleh bagi hasil.

b. Debitur yang bersangkutan

Para debitur, dengan penyediaan dana baginya, mereka terbantu guna menjalankan usahanya (sektor produktif) atau terbantu untuk mengadakan barang yang diinginkan (pembiayaan konsumtif)

c. Masyarakat umumnya (konsumen)

Mereka dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkannya

4. Pemerintah

Akibat penyediaan pembiayaan, pemerintah terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, disamping itu akan diperoleh pajak (berupa pajak penghasilan atas keuntungan yang diperoleh bank dan juga perusahaan-perusahaan).

5. Bank

Bagi bank yang bersangkutan hasil dari penyaluran pembiayaan diharapkan dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap survival dan meluas jaringan usahanya, sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayaninya.¹⁷

D. Pensiun

1. Pengertian Pensiun

Pensiun merupakan istilah umum untuk menyatakan pemberian jaminan tunai dalam jangka panjang guna menghadapi resiko hari tua, cacat, dan kematian

¹⁷ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syraiah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)

pre matur atau kematian dini (kematian muda) di kemudian hari. Dengan demikian, pensiun tersebut tidak hanya menjamin hari tua, yaitu kehidupan setelah mencapai umur tertentu, tetapi juga jika mengalami cacat tetap total dan meninggal dunia sebelum mencapai batas umur yang ditentukan (55 tahun).

Pensiun adalah suatu penghasilan yang diterima setiap bulan oleh seorang bekas pegawai yang tidak dapat bekerja lagi, untuk membiayai penghidupan selanjutnya, agar ia tidak terlantar apabila tidak berdaya lagi untuk mencari penghasilan lain. PNS yang diberhentikan dengan hormat menerima hak-hak kepegawaian sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku antara lain hak pensiun dan tabungan hari tua. Menurut Undang-Undang No. 11 Tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun janda/duda pegawai, pensiun diberikan sebagai jaminan hari tua dan sebagai penghargaan atas jasa-jasa PNS selama bertahun-tahun bekerja dalam dinas pemerintahan. Dasar pensiun yang dipakai untuk menentukan besarnya pensiun adalah gaji pokok terakhir sebulan yang berhak diterima oleh pegawai yang berkepentingan berdasarkan peraturan gaji yang berlaku baginya.¹⁸

2. Tujuan Pensiun

Dewasa ini pelaksanaan program pensiun atau harapan untuk memperoleh pensiun dihubungkan dengan berbagai tujuan. Masing-masing tujuan memiliki maksud tersendiri, baik dari penerima pensiun maupun bagi penyelenggara pensiun.

¹⁸ Zaeni Asyhadie, *Aspek-aspek Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), H. 157

Bagi pemberi kerja tujuan untuk menyelenggarakan dana pensiun bagi karyawannya adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan penghargaan kepada karyawannya yang telah mengabdikan di perusahaan tersebut.
- b. Agar dimasa usia pensiun karyawan tetap dapat menikmati hasil yang diperoleh setelah bekerja diperusahaannya.
- c. Memberikan rasa aman dari segi batiniah sehingga dapat menurunkan turn over karyawan.
- d. Meningkatkan motivasi karyawan dalam melaksanakan tugas sehari-hari.
- e. Meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat dan pemerintah

Sedangkan bagi karyawan yang menerima pensiun, manfaat yang diperoleh dengan adanya pensiun adalah:

- a. Kepastian memperoleh penghasilan dimasa yang akan datang sesudah masa pensiun.
- b. Memberikan rasa aman dan dapat meningkatkan motivasi untuk bekerja.

Sedangkan bagi Lembaga Pengelola Dana Pensiun tujuan penyelenggaraan dana pensiun adalah:

- a. Mengelola dana pensiun untuk memperoleh keuntungan dengan melakukan berbagai kegiatan investasi.
- b. Turut membantu dan mendukung program pemerintah.

3. Jenis-jenis Pensiun

Proses pelaksanaan pensiun dapat dilaksanakan sesuai dengan kebijakan perusahaan. Para penerima pensiun dapat memilih salah satu dari berbagai alternatif jenis pensiun ada sesuai dengan tujuan masing-masing. Jenis-jenis pensiun yang dapat ditawarkan dapat dilihat dari berbagai kondisi atau dapat pula disesuaikan dengan kondisi yang ada.

Secara umum jenis pensiun yang dapat dipilih oleh karyawan yang akan menghadapi pensiun antara lain:

a. Pensiun Normal.

Yaitu pensiun yang diberikan untuk karyawan yang usianya telah mencapai masa pensiun seperti yang ditetapkan perusahaan.

b. Pensiun Dipercepat

Yaitu pensiun yang diberikan karena kondisi tertentu, misal karena ada pengurangan pegawai di perusahaan tersebut.

c. Pensiun Ditunda

Yaitu pensiun yang diberikan kepada karyawan yang meminta pensiun sendiri, namun usia pensiun belum memenuhi untuk pensiun.

d. Pensiun Cacat

Yaitu pensiun yang diberikan bukan karena usia, tetapi lebih disebabkan peserta mengalami kecelakaan sehingga dianggap tidak mampu lagi untuk diperkerjakan.¹⁹

¹⁹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo persada, 2009), H. 325

E. Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada pensiunan dalam rangka memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan untuk menjembatani kebutuhan para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Pembiayaan pensiun hanya diperuntukan bagi pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat, Pegawai Negeri Sipil Daerah, TNI, POLRI, pensiunan pegawai BUMN/BUMD/Swasta yang memiliki manfaat pensiun bulanan.

Adapun akad yang digunakan dalam pembiayaan pensiun adalah akad murabahah atau ijarah. Murabahah adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Pada perjanjian murabahah, bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli dari pemasok barang dan kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan menambahkan suatu keuntungan dan akad ijarah merupakan akad memindahkan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

Jenis penggunaan akadnya antara lain:

1. Biaya sekolah (akad ijarah)
2. Renovasi rumah (akad murabahah)
3. Pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga (akad murabahah)
4. Pembelian kendaraan bermotor (akad murabahah)

5. Pembelian barang untuk usaha (akad murabahah).²⁰

²⁰ www.syariahmandiri.co.id, diakses tanggal 04 Maret 2018

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. BANK SYARIAH MANDIRI

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang member peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*Dual Banking System*).

Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem-sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut.

PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. Seiring dengan berjalannya waktu BSM terus menunjukkan eksistensinya dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Dengan usia yang masih belia ini BSM telah muncul

sebagai Bank yang terpercaya dalam pengelolaan dana masyarakat. Hal ini terbukti dari proses pelayanan BSM yang kini secara operasional tergolong memadai. Hal ini juga mengundang hujan atas penghargaan pada tahun 2010 BSM mendapat penghargaan atas strategi pengelolaan manajemen SDM Award, kemudian BSM diberikan penghargaan atas Bank Syariah terbaik versi majalah investor dll.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama membangun Indonesia guna menuju Indonesia yang lebih baik. Dewasa ini bank syariah menjadi salah satu sektor industri yang misalnya dalam hal pembiayaan dan asset perbankan syariah tumbuh lebih pesat dan dibandingkan perbankan umum sehingga market share perbankan syariah terhadap perbankan umum senantiasa meningkat.

Dengan banyaknya masyarakat yang berminat menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri dan pertumbuhan asset lebih besar / meningkat sehingga telah banyak didirikan kantor-kantor Bank Syariah Mandiri baik itu kantor cabang, dan kantor kas untuk memenuhi permintaan masyarakat Indonesia dalam penggunaan jasa Bank Syariah Mandiri. Salah satunya didirikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Perbaungan di di Jl. Serdang No. 35 Perbaungan. Cabang ini didirikan pada tanggal 27 Januari 2012.

B. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi Bank Syariah terdepan, modern dan menentramkan

Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai – nilai syariah universal
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

C. Logo Perusahaan



Gambar Logo Bank Syariah Mandiri baru

Logo baru Bank Syariah Mandiri tetap diambil dari pemilik saham terbesar perusahaan tersebut yakni PT. Bank Syariah Mandiri. Logo baru Bank Syariah Mandiri (tanpa kata bank) sejalan dengan kebijaksanaan Bank Indonesia ke depan yang mengizinkan bank untuk menjual produk-produk non bank seperti reksadana, bank insurance, dll, serta sejalan dengan rencana pemilik saham Bank

Mandiri Syariah yakni PT.bank mandiri, yang berencana memiliki anak perusahaan non bank.

Bentuk logo Bank Syariah Mandiri dengan huruf kecil melambangkan sikap ramah dan rendah hati terhadap semua segmen bisnis yang dimasuki, menunjukkan keinginan yang besar untuk melayani dengan rendah hati (*Costumer Focus*). Warna huruf hijau tua melambangkan kesuburan, pengembangan dan pertumbuhan sekaligus melambangkan nilai-nilai agama. Warna hijau tua ini juga melambangkan warisan luhur, stabilitas (*Command*, memimpin), serius (*Respect*), tahan uji (*Reliable*), dasar pondasi yang kuat, berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat dipercaya, kehormatan yang tinggi (*Trust, Integrity*) serta sebagai simbol dari spesialis (*Profesionalism*).

Gelombang emas cair sebagai simbol dari kekayaan financial di Asia. Lengkungan emas sebagai metamorfosa dari sifat agile, progresif, pandangan ke depan (*excellent*), fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinan yang akan datang.

Sedangkan untuk warna kuning emas menunjukkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran dan kekayaan. Simbol ini menjadikan kita merasa tajam perhatiannya (warna yang menarik perhatian orang), aktif, kreatif dan meriah, warna spiritual dan melambangkan hal yang luar biasa. Warna ini juga terkesan ramah, menyenangkan, nyaman serta diterima sebagai warna riang yang membuat perasaan bahwa masa depan lebih baik, cemerlang dan menyala-nyala.

D. Nilai – Nilai Perusahaan (*Shared Value*)

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-shared oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut *Shared Values* Bank Syariah Mandiri. *Shared Values* bank syariah Mandiri antara lain :

1. **Excellent** (*Imtiyaz*)

Bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik.

2. **Teamwork** (*'Amal Jam'iyah*)

Aktif, bersinergi untuk sukses bersama.

3. **Humanity** (*Insaniyah*)

Peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah bcagi negeri.

4. **Integrity** (*Shidiq*)

Jujur, taat, amanah dan bertanggung jawab.

5. **Customer Focus** (*Tafdhiilu Al'Umalaah*)

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

Kelima nilai tersebut di atas diakronimkan menjadi **ETHIC**. Kata “*ETHIC*” sendiri berarti “*set of moral principles*” (himpunan prinsip-prinsip moral) sebagai tatanan perilaku mulia yang membentuk keunggulan insan BSM.

Agar nilai-nilai bersama yang telah dirumuskan dan disepakati dapat dipahami, dihayati dan dilaksanakan oleh seluruh insan BSM dalam kehidupan berorganisasi, maka *Shared Values* BSM diterjemahkan ke dalam perilaku-perilaku utama sebagaimana yang tertera dalam tabel berikut.

Tabel *Shared Values* ETHIC & 10 Perilaku Utama

<i>Shared Values</i>	Perilaku Utama
Perilaku Excellence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antusias, visioner, perbaikan terus menerus, bermental juara. 2. Disiplin, fokus dan berorientasi pada hasil.
Perilaku Team Work	<ol style="list-style-type: none"> 3. Aktif dan saling mendukung untuk kontribusi positif 4. Membangun komunikasi dan koordinasi yang efektif
Perilaku Humanity	<ol style="list-style-type: none"> 5. Menjadikan kerja sebagai ibadah 6. Memberikan manfaat kepada Bank Syariah Mandiri, masyarakat dan lingkungan
Perilaku Integrity	<ol style="list-style-type: none"> 7. Berpikir, berkata, bertindak dengan benar dan terpuji 8. Bersungguh-sungguh

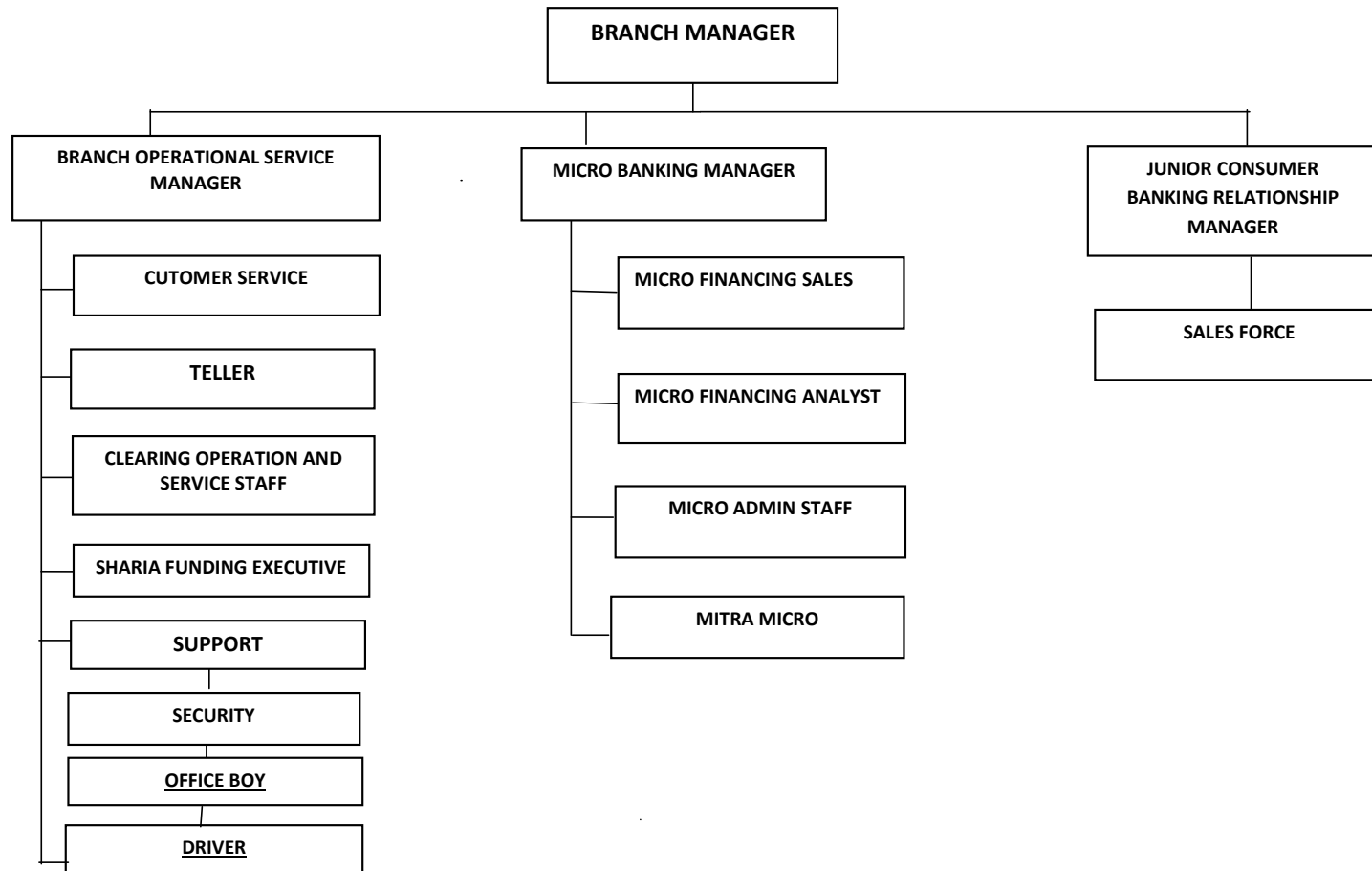
	melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai ketentuan dan kepatuhan
Perilaku Customer Focus	<p>9. Proaktif untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan</p> <p>10. Inovasi berkelanjutan untuk memberikan solusi melebihi harapan pelanggan</p>

E. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank Syariah Mandiri adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa Perseroan Terbatas. PT. Bank Syariah Mandiri dalam kegiatan sehari-harinya dalam hal penghimpunan dana ataupun penyaluran dana masyarakat menerapkan prinsip syariah yaitu bagi hasil, margin keuntungan dan jual beli. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan merupakan bank yang berlandaskan kepada prinsip syariah Islam, sehingga tata cara operasionalnya mengacu kepada Al-Quran dan Hadis. Bank Syariah Mandiri banyak menawarkan produk dana dan jasa kepada nasabah dengan menggunakan prinsip syariah.²¹

²¹ www.syariahamandiri.co.id, Diakses pada 15 Maret 2018

F. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan



G. Pembagian Tugas dan Tanggungjawab

Adapun tanggung jawab masing – masing karyawan pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor KCP Perbaungan adalah sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Tugas dari kepala cabang adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan control terhadap seluruh pelaksanaan pekerjaan
- b. Melakukan pengawasan melekat terhadap pegawai yang disupervisi
- c. Melakukan otorisasi sesuai kewenangan yang diberikan
- d. Melakukan service quality level terhadap nasabah-nasabah prima

2. Operation Officer

- a. Memastikan terkendalinya biaya operasional Capex/UPS dengan efisien dan efektif
- b. Memastikan dan mengelola transaksi harian sesuai dengan ketentuan dan SOP
- c. Memastikan ketersediaan dan keamanan dokumen berharga Bank
- d. Mengelola fungsi-fungsi administrasi
- e. Mengelola implementasi KYCP dengan baik

3. Kepala Warung Mikro

- a. Memastikan dan mengendalikan pembinaan warung mikro
- b. Memastikan keakuratan analisa SWOT yang dilakukan secara berkala
- c. Memastikan kelengkapan, kerapian, dan keamanan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- d. Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah di warung mikro

- e. Memastikan tercapainya target bisnis Warung Mikro yang telah ditetapkan

4. Pelaksana Marketing Support

- a. Memastikan kelengkapan persyaratan pendatanganan akad dan pencairan pembiayaan nasabah
- b. Mendokumentasikan current file
- c. Menerbitkan surat peringatan pembayaran kewajiban nasabah
- d. Membuat pengajuan BI/Bank/Trade cheking
- e. Membuat SP3 atau surat penolakan permohonan pembiayaan nasabah yang ditolak

5. Pelaksana Back Office

- a. Melaksanakan transaksi transfer keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan
- b. Memastikan kelengkapan dokumen pembiayaan sebelum dicairkan
- c. Melakukan proses administrasi kepegawaian ke cabang
- d. Melakukan laporan kepada BI
- e. Memenuhi data dan informasi jaminan

6. Customer Service

- a. Memberikan informasi produk dan jasa bank kepada nasabah
- b. Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro, dan deposito
- c. Menginput data customer dan loan facility yang lengkap dan akurat

- d. Mendistribusikan salinan rekening Koran kepada nasabah
- e. Melayani permintaan buku cek/bilyet giro, surat referensi bank, dsb

7. Teller

- a. Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan SOP
- b. Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar
- c. Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan
- d. Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan
- e. Melakukan cash count akhir hari

8. Asistant Analyst Mikro

- a. Memastikan kelayakan kondisi usaha
- b. Memaksimalkan penilaian jaminan
- c. Memastikan adanya persetujuan Komite Pembiayaan Warung Mikro terhadap NAP
- d. Memaksimalkan monitoring kualitas pembiayaan warung mikro

9. Pelaksana Admin Pembiayaan Mikro

- a. Memastikan adanya tindak lanjut persetujuan atau penolakan permohonan pembiayaan nasabah
- b. Memastikan dokumen pembiayaan telah lengkap
- c. Memastikan proses pencairan
- d. Memastikan pembenaran biaya administrasi pembiayaan dan biaya lainnya
- e. Memastikan adanya pemutakhiran data.

H. Produk-Produk dalam Bank Syariah Mandiri

1. Produk Pendanaan

a. Tabungan BSM

Defenisi :

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di counter BSM atau melalui ATM.

b. Tabungan Mabrur BSM

Defenisi :

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

c. Tabungan BSM Investa Cendekia

Defenisi :

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

d. Tabungan Berencana BSM

Defenisi :

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

e. Tabungan BSM Simpatik

Defenisi :

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat yang disepakati.

f. BSM Giro

Defenisi :

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

2. Produk Pembiayaan

a. Edukasi BSM

Defenisi :

Pembiayaan kepada calon pelajar dalam mendapatkan dana pendidikan yang dibutuhkan.

b. Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet (MMOB)

Defenisi :

Fasilitas pembiayaan dengan alokasi sumber dana yang terikat (spesifik) dari pemilik dana (shahibul mal).

c. BSM Customer Network Financing

Defenisi :

Pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang telah menjalin kerjasama dengan BSM.

d. Pembiayaan Dana Berputar

Defenisi :

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja sementara dan bukan untuk Permanen Working Capital. Bersifat Self Liquidating seiring dengan menurunnya aktivitas bisnis pada periode terkait.

e. Umrah

Defenisi :

Pembiayaan untuk mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan perjalanan umrah.

f. Pensiunan

Defenisi :

pembiayaan yang ditujukan kepada nasabah yang telah atau akan mendapatkan manfaat pensiun setiap bulannya.

g. Griya BSM

Defenisi :

Fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah tinggal

h. BSM Gadai Emas

Defenisi :

Gadai emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

i. BSM Implan

Defenisi :

BSM Implan adalah pembiayaan consumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara masal (kelompok).

j. Warung Mikro

Defenisi :

Pembiayaan yang diberikan untuk usaha kecil menengah yang limit pembiayaan hingga Rp.100.000.000,-

Produk :

- 1) Pembiayaan Usaha Mikro Tunas (PUM Mikro)
 - ✓ Limit pembiayaan maksimal Rp 20 juta
 - ✓ Jangka waktu maksimal 36 bulan
 - ✓ Biaya administrasi sesuai ketentuan BSM
- 2) Pembiayaan Usaha Mikro Madya (PUM Madya)
 - ✓ Limit pembiayaan Rp.21 juta hingga Rp.50 juta
 - ✓ Jangka waktu maksimal 36 bulan

- ✓ Biaya administrasi sesuai ketentuan BSM

3) Pembiayaan Usaha Mikro Utama (PUM Utama)

- ✓ Limit pembiayaan Rp.51 juta hingga Rp.200 juta
- ✓ Jangka waktu maksimal 48 bulan
- ✓ Biaya administrasi sesuai ketentuan BSM
- ✓

3. Produk Jasa

a. BSM Mobile Banking GPRS

Defenisi :

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone* berbasis GPRS.

Fasilitas :

- 1) Cek saldo
- 2) Ganti PIN ATM
- 3) Transfer real time
- 4) Pembayaran zakat

b. BSM Net Banking

Defenisi :

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

Fasilitas :

- 1) Informasi data rekening nasabah (tabungan, deposito, giro, pembayaran) dalam layar terpadu.

- 2) Cetak data mutasi transaksi
- 3) Transfer real time hamper ke seluruh bank
- 4) Pembayaran tagihan

c. BSM Card

Defenisi :

Kartu yang dapat digunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC).

d. Sentra Bayar BSM

Defenisi :

Layanan pembayaran beragam tagihan seperti telepon, ponsel maupun listrik.

e. Pembayaran melalui menu Pemindah bukuan ATM

Defenisi :

Layanan pembayaran tagihan institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahbukuan di ATM.

f. BSM Electronic Payroll

Defenisi :

Layanan administrasi pembayaran gaji karyawan suatu institusi

g. BSM Safe Deposit Box

Defenisi :

Layanan penyimpanan benda berharga, dokumen dan lain-lain yang ditempatkan diruangan yang dilengkapi sistem pengaman.

4. Produk AXA Mandiri

a. Produk

1. Investasi Jumbo
2. Mandiri Rencana Profesional, Mandiri Rencana Keluarga dan Mandiri Rencana Emas.
3. Mandiri Rencana Pendidikan.

b. Syarat dan ketentuan

1. Hanya berlaku bagi pemilik rekening tabungan Bank Syariah Mandiri
2. Tanpa penambahan biaya apapun
3. Pertanggungan langsung aktif setelah nasabah menerima sertifikat
4. Santunan meninggal dunia karena kecelakaan sebesar Rp.25.000.000,-
5. Gratis perlindungan asuransi selama 2 bulan
6. Jika terjadi klaim santunan asuransi akan dibayarkan ke dalam rekening nasabah di Bank Syariah Mandiri
7. Berusia 17 – 65 tahun dan tidak sedang menjalani tugas, aktivitas dan hobi yang beresiko tinggi.
- 8.

I. Lokasi Perusahaan

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan berada di Jl. Serdang No. 35 Kelurahan Tiga Pekan Serdang Bedagai Sumatera Utara, Telepon (061) 7990999. Penulis melakukan praktek kerja lapangan (magang) pada PT. Bank syariah Mandiri KCP Perbaungan dihitung 30 hari kerja sesuai ketentuan bank dengan jadwal kerja dimulai dari hari senin hingga jumat jam 07.30-17.00 WIB. Praktek kerja lapangan (magang) dimulai pada tanggal 22 Januari 2018-23 Februari 2018.²²

²² File Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan

Pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri KC Perbaungan merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada para pensiunan Aparatur Sipil Negara (ASN)/TNI/POLRI/BUMN/BUMD atau pensiunan yang menerima manfaat pensiun bulanan.

Keunggulan:

1. Prosesnya mudah dan cepat
2. Angsuran ringan dan tetap hingga lunas
3. Jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun
4. Limit pembiayaan hingga Rp350 juta
5. Proteksi: Perlindungan Asuransi Jiwa selama masa pembiayaan

Persyaratan Dokumen Yang Diperlukan:

1. Formulir Permohonan Pembiayaan
2. Asli SK Pensiun/ SK Pensiun Otomatis/ SK Janda Asli
3. Fotokopi Kartu Identitas Pensiun/ KARIP
4. Fotokopi KTP
5. Fotokopi KTP Pasangan (opsional)
6. Fotokopi Kartu Keluarga

7. Fotokopi NPWP
8. Informasi manfaat pensiun terakhir dari carik/ buku gaji/ buku tabungan/ dokumen lain yang setara

Persyaratan Umum:

1. Memiliki SK Pensiun/ SK Pensiun Otomatis/ SK Janda Asli
2. Menerima manfaat pensiun bulanan
3. Bersedia memindahkan kantor bayar manfaat pensiun bulanan ke BSM
4. Usia minimal saat pengajuan:
 - Pensiunan 50 tahun
 - Pensiunan janda 48 tahun
5. Usia maksimal saat jatuh tempo pembiayaan 75 tahun²³

B. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah

Mandiri Kantor Cabang Perbaungan

Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan memiliki beberapa strategi pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis dapatkan di lapangan, ada beberapa strategi pemasaran yang di lakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan, yaitu:

1. Melakukan kerja sama dengan PT. Taspen

²³ Brosur Bank Syariah Mandiri

PT. Taspen (persero) atau Tabungan dan Asuransi adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang Asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun Pegawai Negeri Sipil. TASPEN adalah singkatan dari Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Perusahaan ini dibentuk sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1969 tentang “Pensiun Pegawai dan Pensiun Janda/Duda Pegawai”, yang selanjutnya juga memfasilitasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1992 tentang “Dana Pensiun”, serta Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2004 tentang “Sistem Jaminan Sosial Nasional”.

Salah satu cara PT.Taspen melakukan kerja sama dengan perbankan yaitu dengan cara menunjuk langsung perbankan yang biasa melakukan hubungan kerja sama. Salah satu bank yang terpilih oleh PT.Taspen untuk melakukan hubungan kerja sama adalah Bank Syariah Mandiri.

Dalam hubungan kerja sama antara PT.Taspen dengan Bank Syariah Mandiri adalah untuk memudahkan layanan pensiun bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada pensiunan adalah dengan mempermudah pembayaran gaji pensiun. Selain itu Bank Syariah Mandiri memberikan kemudahan bagi pensiun dengan cara memberikan pembiayaan modal kerja dan konsumtif lainnya dengan sistem syariah. Dengan syarat bagi nasabah yang ingin melakukan pembiayaan harus membuka tabungan pensiun di Bank Syariah Mandiri, itu akan membuat nasabah akan merasa nyaman dalam melakukan transaksi.

Untuk meningkatkan pelayanan PT.Taspen memberikan upaya terbaik dalam mewujudkan kesejahteraan Pegawai Negeri Sipil dan pensiun, melalui program dana pensiun dan tabungan hari tua. Pada tahun 2015 bertempat di Ruang Auditorium Kantor Pusat PT.Taspen melakukan penandatanganan perjanjian kerja sama dengan PT. Bank Syariah Mandiri terkait dengan fasilitas kredit kepada peserta Taspen. Acara ini dihadiri jajaran Direksi dan jajaran pejabat di lingkungan kerja masing-masing perusahaan.

Dalam melakukan hubungan kerja sama Bank Syariah Mandiri dengan PT.Taspen melakukan suatu perjanjian. Bank dan PT.Taspen membuat nota kesepakatan dengan menjelaskan peraturan kedua belah pihak dalam melakukan kerja sama. Nota kesepakatan antara keduanya di tandatangi dengan nomor perjanjian kerja sama No.16/413A/PKS/DIR tahun 2015.

Kerja sama ini dilandasi semangat saling menghormati agar bisa memberikan pelayanan, mempercepat dan memperluas pelayanan pensiun yang melebihi harapan. Bank Syariah Mandiri bisa memberikan informasi ke Taspen menerima dan meneliti klaim, menerima dan meneliti non klaim, meneruskan permohonan klaim dan non klaim kepada PT. Taspen dan kita tidak akan mempersulit dalam pengurusan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri. Selain itu keuntungna lain yang diterima Bank Syariah Mandiri adalah dana pensiun yang ada di taspen akan masuk ke BSM, Bank Syariah Mandiri mendapatkan nasabah dan serta Bank Syariah Mandiri mendapatkan foto folio pembiayaan pensiun. Keuntungna bagi Taspen yaitu dengan perjanjian kerja sama akan mempermudah

pensiun untuk mendapatkan akses layanan, tidak perlu untuk datang ke PT.Taspen cukup dengan datang ke Bank Syariah Mandiri.

2. Visiting door to door

Visiting door to door yaitu mengunjungi dari rumah ke rumah calon nasabah. Visiting door to door merupakan suatu strategi yang memerlukan sebuah energi yang luar biasa. Hal tersebut dikarenakan strategi door to door membutuhkan tenaga lebih, mental dan taktik yang kuat karena harus berhadapan langsung dengan nasabah atau calon nasabah,

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan melakukan strategi door to door yaitu dengan membawa data yang telah disediakan oleh Database yang berasal dari CV. Eka Akar Jati. CV. Eka Akar Jati merupakan perusahaan rekanan Bank Syariah Mandiri untuk pemasaran produk pembiayaan pensiun, dimana CV. Eka Akar Jati menyediakan data seperti nama, alamat tapi tidak disertai dengan nomor Handphone calon nasabah.

Strategi visiting door to door di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan juga dapat memberikan keuntungan kepada nasabah nantinya. Misalnya jika nasabah berhalangan hadir untuk melakukan akad atau melakukan pembayaran ke bank, pihak bank bersedia mendatangi rumah nasabahnya.

3. Kerja sama dengan Badan Kepegawaian Daerah (BKD) dan instansi pemerintah yang ada di kabupaten serdang bedagai.

Badan Kepegawaian Daerah merupakan unsur penunjang urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah. BKD dipimpin oleh kepala badan

yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. BKD mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan fungsi penunjang urusan pemerintah dibidang kepegawaian dan pengembangan sumber daya manusia. Setiap pegawai yang ada akan terdaftar dalam catatan badan kepegawaian daerah.

Dalam strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan bekerja sama dengan BKD dan Instansi pemerintah yang ada di serdang bedagai. Setelah mendapatkan data dari Badan Kepegawaian Daerah dan instansi pemerintah lainnya, para marketing pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan akan langsung mengunjungi atau menghubungi calon nasabah yang ada di dalam data tersebut.

4. Marketer

Marketer adalah individu atau kelompok yang melakukan aktivitas dan proses pembuatan, komunikasi, penyampaian dan pertukaran nilai atas barang atau jasa kepada konsumen, klien, parner, dan masyarakat secara umum. Marketer juga bisa diartikan sebagai orang yang menjual produk barang atau jasa kepada pasar, khususnya pasar yang spesifik yang pekerjaannya fokus dibidang marketing atau pemasaran.

Di dalam perbankan marketer sangat diperlukan untuk memasarkan produk yang ada. Marketer juga merupakan media perbankan dalam menginformasikan produk-produknya kepada masyarakat luas, agar masyarakat dapat mengetahui mengenai produk-produk yang ada di perbankan tersebut.

Dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan pensiun, marketer di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan langsung turun kelapangan dengan membagikan brosur kepada masyarakat dan juga kepada calon nasabahnya. Brosur yang dibuat semenarik mungkin, agar dapat menarik minat masyarakat atau calon nasabah.

5. Penyebaran Brosur

Brosur adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang dimana ditujukan kepada pasar sasaran atau sasaran tertentu. Cara menyampaikannya dibagikan secara gratis kepada pelanggan atau masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih jelas dan rinci mengenai produk, layanan, program dan sebagainya untuk membantu upaya pemasaran ataupun marketing suatu perusahaan.

Fungsi brosur benar-benar sangat penting sebagai alat iklan atau alat promosi bagi perusahaan. Brosur harus dibuat menarik, mudah dibaca dan mengandung informasi yang jelas dan mudah dimengerti fungsi serta keunggulannya agar bisa menarik perhatian pelanggan atau publiknya.

Brosur merupakan media yang paling sering di gunakan oleh marketer di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun kepada calon nasabah. Para marketing selalu membagikan brosur kepada calon nasabah setiap pergi kelapangan. Brosur yang dibagikan berisikan tentang mengenai penjelasan dari produk, syarat dan ketentuan dalam

melakukan peminjaman, keunggulan produk serta pihak yang dapat dihubungi nantinya jika calon nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan pensiun.

6. Personal Selling

Personal selling merupakan bagian dari kegiatan promosi yaitu cara untuk memperkenalkan dan menarik minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan secara tatap muka, baik kepada seseorang maupun kepada calon nasabah dengan maksud menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan menggunakan manusia sebagai alat promosinya. Komunikasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak bersifat interaktif atau komunikasi dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan pendapat calon nasabahnya.

Personal selling merupakan seni penjualan yang kuno. Walaupun kuno, personal selling adalah alat promosi yang paling efektif dalam proses menghasilkan pembeli, terutama dalam membangun prefensi dan keyakinan dan tindakan calon nasabahnya.

Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan dengan cara personal selling, tidak hanya dilakukan oleh para marketer saja, tetapi bisa juga dilakukan oleh semua karyawan bank. Contohnya seperti Teller. Setiap selesai melakukan transaksi di akhirnya Teller juga mempunyai tugas untuk melakukan personal selling mengenai produk pembiayaan pensiun kepada nasabah.

7. Mendekati keluarga

Selain menggunakan berbagai strategi di atas, menawarkan produk kepada orang terdekat/ keluarga merupakan cara tercepat untuk memasarkan suatu produk. Selain mereka sudah mengenal anda maka kepercayaan calon nasabah pada anda juga akan meningkat. Dalam hal ini ketakutan akan di tipu juga tidak menjadi kekhawatiran mereka. Mengingat mereka telah mengenal anda maka tingkat kepercayaan pada anda juga akan meningkat.²⁴

C. Hambatan yang di Hadapi Dalam Pemasaran Produk Pembiayaan

Pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan

Hambatan yang di hadapi oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun yaitu:

1. Pola pikir masyarakat

Umumnya masyarakat yang ada di daerah serdang bedagai masih berpikir bahwa pembiayaan pensiun yang ada di Bank Syariah Mandiri pada dasarnya masih sama dengan pembiayaan pensiun di bank konvensional, sehingga jika produk yang di tawarkan oleh Bank Syariah Mandiri angsurannya lebih mahal sedikit dari bank konvensional umunya calon nasabah tidak akan mau, hal tersebut dapat menghambat pemasaran produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan.

²⁴ Wawancara dengan Hasbidin, selaku Junior Consumer Banking Relationship Manager Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan. Tanggal 21 Februari 2018

2. Sulitnya menempuh dan mencari alamat pensiunan

Sesuai dengan strategi pemasaran yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran produk pembiayaan pensiun salah satunya dengan cara visiting door to door. Yang menjadi kendalanya adalah alamat rumah nasabah yang jauh dan sulitnya akses jalanan yang harus di tempuh oleh para marketer bank. Terkadang pula data alamat yang di dapat dari BKD maupun CV. Eka Akar Jati tidak lagi sesuai dengan alamat calon nasabah di karenakan calon nasabah sudah tidak lagi menempati rumah tersebut atau sudah pindah ketempat lain.

3. Persaingan antar sesama perusahaan

Sebagaimana yang kita ketahui, dunia usaha sekarang ini banyak menghadapi adanya persaingan. Baik itu persaingan yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Oleh karena itu perusahaan yang ingin berkembang harus memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi serta memuaskan kebutuhan konsumennya. Dengan banyaknya pesaing, perusahaan dituntut untuk mendapatkan pangsa pasar dengan jalan menentukan dan memilih langkah-langkah yang tepat di dalam hal strategi pemasarannya.

Dalam dunia perbankan persaingan antar bank yang memasarkan produk yang sama juga sudah lama terjadi. Hal tersebut juga dialami oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan, khususnya dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun. Adanya perbankan konvensional yang juga menjadi kompetitor tidak di pungkiri hal tersebut menjadi salah satu penghalang yang

serius bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun.²⁵

²⁵ Wawancara dengan Desy Anissa, selaku Sales Force Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan. Tanggal 21 Februari 2018

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada para pensinan Aparatur Sipil Negara (ASN)/POLRI/TNI/BUMN/BUMD atau pensiunan yang menerima manfaat pensiunan bulanan.
2. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Kantor Cabang Perbaungan Yaitu dengab cara melakukan kerjasama dengan PT. Taspen, visiting door to door, kerjasama dengan badan kepegawaian daerah (BKD) dan instansi pemerintah yang ada di kabupaten serdang bedagai, marketer, penyebaran brosur, personal selling, dan mendekati keluarga.
3. Hambatan yang dihadapi dalam pemasaran produk pembiayaan pensiunan di bank syariah mandiri kantor cabang perbaungan yaitu pola pikir masyarakat yang masih menganggap pembiayaan pensiunan masih sama seperti bank konvensional, sulitnya menempuh dan mencari alamat pensiun, persaingan antar perusahaan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis mencoba untuk memberikan saran kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan sebagai masukan ke arah yang lebih baik lagi, yaitu:

1. Sebaiknya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan untuk lebih meningkatkan pemasaran pembiayaan pensiun kepada para pensiunan agar pembiayaan tersebut lebih dikenal dan para pensiunan tertarik untuk mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan
2. Sebaiknya para Marketer pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan lebih mendekatkan diri lagi dengan masyarakat yang ada di kabupaten serdang berdagai agar para masyarakat lebih bisa membedakan antara pembiayaan pensiun yang ada di perbankan konvensional dengan yang ada di perbankan syariah, khususnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Djazuli , dan Yanuari, Yadi, 2001, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta: Rajawali Press
- Arifin, Zainal, 2006, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Azkia Publisher.
- Antonio, Syafi'i, Muhammad, 2004, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani
- Ashadie, Zaeni, 2000, *Aspek-Aspek Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Assauri, Sofian, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press
- Chandra, Tjiptono, Fandy, dkk, 2008, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Dahlan, Ahmad, 2012, *Bank Syariah Teoritik, Praktek, Kritik*, Yogyakarta: Teras
- Francois, Vellas, 2008, *Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Firdaus, Muhammad, dkk, 2005, *Konsep dan Implementasi Bank Syraiah*, Jakarta: Rehaisan
- Ikatan Bankir Indonesia, 2014, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasmir, 2004, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Muhammad, 2014, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo

Persada

Muhammad, 2007, *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Tjiptono, Fandy, 2000, *Strategi Pemasaran Cet. Ke 2*, Yogyakarta: CV Andi

T Kamsil, C.S, dkk, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*,

Jakarta: Rajawali Press

Umam, Khaerul, 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia

<http://www.syariahmandiri.co.id>, diakses tanggal 8 Januari 2018

Brosur Bank Syariah Mandiri

Wawancara dengan Desy Anissa, selaku Sales Force Bank Syariah Mandiri KCP

Perbaungan. Tanggal 8 Februari 2018

Wawancara dengan Hasbidin, selaku Junior Consumer Banking Relationship

Manager Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan. Tanggal 21 Februari

2018

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di Tanjung Merawa pada tanggal 18 Juni 1996, putri dari pasangan suami-istri, Sarudin Purba-Warsih Br Sembiring Milala, anak ke 4 dari 4 orang bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SD Negeri 040489 Tanjung Merawa pada tahun 2007, tingkat SLTP di SMP Negeri 1 Payung pada tahun 2010, dan tingkat SLTA di SMAN 1 Payung pada tahun 2014, kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2015.